

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Faktor Psikologis: Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin di Outlet Galeria Mall lantai 1 Yogyakarta baik secara simultan maupun parsial dan pengaruh manakah yang lebih dominan dari faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis: Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan terhadap keputusan pembelian tas Sophie Martin baik secara simultan atau parsial dan mengetahui faktor dominan dari faktor psikologi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian mengambil lokasi di Outlet Sophie Martin Galeria Mall Lantai 1 yang berada di Jalan Jenderal Sudirman 99–101 Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *eksplanatory* sedangkan pengambilan sampel menggunakan *Sistematic Random Sampling berdasarkan jeda waktu*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner/angket. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sophie Martin yang membeli tas di Outlet Sophie Martin Galeria Mall Lantai 1 Yogyakarta dengan sampel sebanyak 102 responden. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan inferensial.

Hipotesis yang diajukan oleh penulis adalah: ada pengaruh yang signifikan antara faktor psikologis yaitu Motivasi (X1), Persepsi (X2), Pembelajaran (X3), Sikap dan Keyakinan (X4) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y), ada pengaruh yang signifikan antara faktor psikologis yaitu Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan secara parsial terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh yang signifikan antara Sikap dan Keyakinan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS, menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 19.077$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa, ada pengaruh yang signifikan dari faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap dan keyakinan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial t_{hitung} variabel motivasi = 2,643 dan nilai signifikansi t sebesar 0,010, t_{hitung} variabel persepsi = 2,278 dan nilai signifikansi t 0,025, t_{hitung} variabel pembelajaran = 2,042 dan nilai signifikansi t 0,044, yang terakhir t_{hitung} variabel keyakinan dan sikap = 3,041 dan nilai signifikansi t 0,003

Saran yang bisa diberikan kepada pihak Sophie Martin di outlet Galeria Mall terhadap produk tas terkait dengan penelitian ini adalah lebih memperhatikan masalah kualitas, keunggulan, serta kesesuaian dengan standar mutu produk karena berdasarkan penelitian, sikap dan keyakinan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan tidak lupa pula untuk tetap memperhatikan faktor motivasi, persepsi dan pembelajaran.